

BAB 5

PENUTUP

5.1. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan, dapat ditarik kesimpulan untuk menjawab rumusan masalah yaitu sebagai berikut:

1. Hipotesis pertama pada penelitian ini yang menyatakan bahwa kompetensi tenaga penjual berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di iBox Surabaya diterima. Hal tersebut menunjukkan bahwa semakin baik kompetensi tenaga penjual maka dapat meningkatkan kepuasan konsumen di toko iBox Surabaya.
2. Hipotesis kedua pada penelitian ini yang menyatakan bahwa kepercayaan pada tenaga penjual berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di iBox Surabaya diterima. Hal tersebut menunjukkan bahwa semakin besar konsumen percaya pada tenaga penjual maka dapat meningkatkan kepuasan konsumen di toko iBox Surabaya.
3. Hipotesis ketiga pada penelitian ini yang menyatakan *assortment* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di iBox Surabaya diterima. Hal tersebut menunjukkan bahwa *assortment* dapat meningkatkan kepuasan konsumen di toko iBox Surabaya.
4. Hipotesis keempat pada penelitian ini yang menyatakan kepuasan konsumen berpengaruh signifikan terhadap niat loyalitas di iBox Surabaya diterima. Hal tersebut menunjukkan bahwa semakin konsumen merasa puas maka dapat meningkatkan niat loyalitas dari konsumen di toko iBox Surabaya.

5.2. Keterbatasan

Pada penelitian telah dilaksanakan sesuai dengan prosedur yang sudah ada, namun terdapat beberapa keterbatasan dalam pelaksanaan penelitian, diantaranya sebagai berikut:

1. Adanya keterbatasan penelitian dengan menggunakan kuesioner sebagai alat untuk mencari data dimana jawaban yang diberikan oleh responden terkadang tidak menunjukkan keadaan yang sesungguhnya atau tidak sesuai dengan kriteria yang telah ditentukan.
2. Adanya keterbatasan dalam mencari data dan jurnal pendukung dalam penelitian ini.

5.3. Saran

Berdasarkan dari hasil penelitian dan simpulan yang didapatkan maka saran yang dapat diberikan guna menjadi pertimbangan bagi peneliti selanjutnya dan para pelaku usaha sejenisnya yaitu sebagai berikut:

5.3.1. Saran Akademis

Berdasarkan dari penelitian yang telah dilaksanakan maka saran bagi peneliti di masa mendatang yang akan melakukan penelitian selanjutnya terutama di topik yang sama sebaiknya dapat menambahkan variabel lain yang dapat mempengaruhi minat konsumen untuk bersikap loyal pada suatu perusahaan atau toko tertentu.

5.3.2. Saran Praktis

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, maka dapat diberikan beberapa saran yang dapat menjadi bahan pertimbangan bagi pihak iBox di Surabaya untuk:

1. Tenaga penjual di toko iBox Surabaya disarankan untuk dapat mengetahui dan mengenal mengenai tipe-tipe produk yang dijual, memperhatikan dan meningkatkan kompetensi dari tenaga penjual dengan cara memberikan pelayanan kepada konsumen dimana tenaga penjual dapat membantu

kebutuhan konsumen di toko dengan menanyakan apa yang sedang dibutuhkan oleh konsumen dan memberikan informasi-informasi produk yang dibutuhkan oleh konsumen.

2. Toko iBox di Surabaya disarankan untuk memberikan pelatihan dan arahan pada karyawan agar bersikap peduli terhadap konsumen dengan cara memberikan perhatian kepada konsumen. Oleh karena itu karyawan harus cepat tanggap dalam membantu konsumen.
3. Sebaiknya toko iBox di Surabaya dapat memperhatikan *assortment* dengan cara tetap menjaga kualitas dari produk yang dijual dan menyediakan produk dengan berbagai tipe dalam jumlah stok yang cukup banyak sehingga konsumen dapat dengan mudah mendapatkan produk Apple yang dicari di iBox.
4. Toko iBox di Surabaya disarankan untuk menciptakan suasana yang menyenangkan bagi konsumen dengan memutar lagu atau musik di dalam toko, melayani konsumen dengan baik, ramah serta dapat menerapkan budaya 3S (senyum, sapa, salam) dan tidak memberikan pengalaman yang buruk kepada konsumen saat konsumen membeli produk.
5. Toko iBox di Surabaya disarankan untuk memperhatikan hal-hal yang dapat mendorong niat loyalitas dari konsumen dengan cara memperbanyak promosi atau penawaran produk yang menarik agar konsumen saat ingin membeli produk Apple akan mengingat toko iBox.
6. Sebaiknya tenaga penjual di toko iBox Surabaya benar-benar dapat dipercaya agar konsumen tetap merasa puas. Oleh karena itu tenaga penjual disarankan untuk memberikan informasi ke konsumen sesuai dengan fakta yang ada tanpa menambah atau mengurangi.

DAFTAR PUSTAKA

- eMarketer*. (2014, Desember 11). Retrieved September 7, 2018, from <https://www.emarketer.com/Article/2-Billion-Consumers-Worldwide-Smartphones-by-2016/1011694>
- ibox*. (2016). Retrieved September 7, 2018, from Tentang iBox: <https://ibox.co.id/tentang-kami>
- Kontan*. (2018, Juli 28). Retrieved September 8, 2018, from Industri/Ritel: <https://industri.kontan.co.id/news/erajaya-group-buka-dua-retail-outlet-ibox>
- Abdillah, W., & Hartono, J. (2015). *Partial Least Square (PLS) Alternatif Structural Equation Modeling (SEM) dalam Penelitian Bisnis*. Yogyakarta: C.V Andi Offset.
- Amiruddin. (2016). *Metode Penelitian Sosial*. Yogyakarta: Parama Ilmu.
- Botti, S., & Iyengar, S. S. (2006). The Dark Side of Choice: When Choice Impairs Social Welfare. *Journal of Public Policy & Marketing*.
- Durianto, D., Sugiarto, & Sitinjak, T. (2001). *Strategi Menaklukkan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Dwivedi, A. (2015). A Higher-Order Model of Consumer Brand Engagement and Its Impact on Loyalty Intentions. *Journal of Retailing and Consumer Services*.
- Ghozali, I., & Fuad. (2005). *Structural Equation Modeling: Teori, Konsep dan Aplikasi dengan Program Lisrel 8.54*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I., & Latan, H. (2015). *Partial Least Squares Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.0 untuk Penelitian Empiris*. Semarang: Universitas Diponegoro Semarang.
- Grosso, M., Castaldo, S., & Grewal, A. (2017). How Store Attributes Impact Shoppers' Loyalty in Emerging Countries: An Investigation in The Indian Retail Sector. *Journal of Retailing and Consumer Services*.
- Jati, I. W. (2009). Analisis Pengaruh Kompetensi Tenaga Penjualan dan Kualitas Pelayanan dalam Membangun Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus Outlet-Outlet Pelanggan PT. Sinar Majapahit Purwokerto). *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia*.

- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran, Edisi Ketiga Belas Jilid 2*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Kuncoro, M. (2009). *Metode Riset untuk Bisnis & Ekonomi Bagaimana Meneliti & Menulis Tesis? Edisi 3*. Jogjakarta: Erlangga.
- Kurnia, F. (2015, September 15). *Warta Ekonomi*. Retrieved September 3, 2018, from Digital Economy: <https://www.wartaekonomi.co.id/read72685/ibox-sumbang-45-persen-penjualan-produk-apple-di-indonesia.html>
- Liwe, F. (2013). Kesadaran Merek, Keragaman Produk dan Kualitas Produk Pengaruhnya terhadap Pengambilan Keputusan Konsumen Membeli di Kentucky Fried Chicken Manado. *Journal EMBA*.
- Mulatsih, R. (2011). Studi Tentang Kinerja Tenaga Penjualan. *Fokus Ekonomi*.
- Pertiwi, W. K. (2018, Juni 5). *Tekno Kompas*. Retrieved September 7, 2018, from e-Business: <https://tekno.kompas.com/read/2018/06/05/16330097/penjualan-smartphone-global-kembali-positif-satu-merek-melesat>
- Rahmayani, I. (2015, Oktober 2). *Kominfo*. Retrieved September 7, 2018, from Sorotan Media: https://kominfo.go.id/content/detail/6095/indonesia-raksasa-teknologi-digital-asia/0/sorotan_media
- Riska, M. (2014, November 7). *Kompas*. Retrieved September 8, 2018, from e-Business: <https://tekno.kompas.com/read/2014/11/07/10421327/Toko.Apple.Terbesar.se-Asia.Tenggara.Ada.di.Jakarta>
- Sari, H. V., & Andjarwati, A. L. (2018). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Loyalitas dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Konsumen Biskuit Oreo di Carrefour Surabaya). *Jurnal Ilmu Manajemen*.
- Schiffman, L., & Kanuk, L. L. (2008). *Perilaku Konsumen Edisi Ketujuh*. Jakarta: PT Indeks.
- Taufik, M. (2016, Maret 4). *Surabaya Tribun News*. Retrieved September 4, 2018, from SURYA.co.id: <http://surabaya.tribunnews.com/2016/03/04/dari-surabaya-apollo-kembangkan-jaringan-dengan-waralaba>
- Utami, C. W. (2014). *Manajemen Ritel: Strategi dan Implementasi Operasional Bisnis Ritel Modern di Indonesia Edisi 2*. Jakarta: Salemba Empat.
- Veno, M., & Subagio, H. (2013). Analisa Pengaruh Kepercayaan Terhadap Tenaga Penjual dan Kepercayaan Terhadap Merek Terhadap Niat Beli

Konsumen Pada Bernini Furniture di Surabaya dan Semarang. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra Vol. 1.*

Wardani, A. S. (2017, April 4). *liputan6*. Retrieved September 7, 2018, from Tech News: <https://www.liputan6.com/tekno/read/2909870/konsumen-lebih-suka-beli-smartphone-di-toko-fisik-daripada-online>

Yamin, S., & Kurniawan, H. (2011). *Generasi Baru Mengolah Data Penelitian dengan Partial Least Square Path Modeling*. Jakarta: Salembainfotek.